

BAB 6

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengolahan data dan analisis, diberikan usulan-usulan untuk pihak perusahaan, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

→ Faktor-faktor/atribut-atribut yang berpengaruh terhadap konsumen dalam memilih sebuah *café* adalah :

1. Rasa makanan
2. Ragam menu makanan
3. Dekorasi/suasana *café*
4. Keramahan karyawan
5. Harga makanan
6. Lokasi *café*
7. Kebersihan *café*
8. Ketersediaan tempat parkir
9. Menu/hidangan khas
10. Voucher makan/minum
11. Waktu penyajian
12. Mutu bahan makanan
13. Kesesuaian makanan dengan menu
14. Pengetahuan karyawan akan menu yang ada
15. Tampilan penyajian
16. Keamanan *café*
17. Discount harga
18. Citra/image *café*

→ Pangsa pasar *café* terbagi menjadi 3 segmen, yaitu :

1. Segmen I : Atmosphere, SR, TV, TO, VA
2. Segmen II : KD, SL

3. Segmen III : LO

- Dari pembentukan segmen diatas, maka pesaing Atmosphere dapat dikategorikan menjadi :
 1. Pesaing utama : SR, TV, TO, VA
 2. Pesaing tak langsung : KD, SL, LO
- Dari 18 atribut yang diperbandingkan, 11 atribut terletak pada segmen I, 5 atribut terletak pada segmen II, dan 2 atribut terletak pada segmen III
- Karakteristik demografis yang berhubungan pembentukan segmen pasar :
 1. Usia konsumen
 2. Pendidikan terakhir
 3. Pekerjaan
 4. Pendapatan
 5. Sumber informasi
- Segmen pasar yang dituju oleh Atmosphere sudah sesuai dengan kondisi yang terjadi di pasar, yang memiliki karakteristik sebagai berikut :
 1. Memiliki usia antara 20 – 30 tahun
 2. Tingkat pendidikan Perguruan Tinggi
 3. Bekerja sebagai wiraswasta
 4. Memiliki pendapatan antara Rp 1.500.000,00 – Rp 3.000.000,00
 5. Sumber informasi berasal dari pengalaman sendiri
- Usulan strategi pemasaran yang diajukan untuk pihak perusahaan berdasarkan strategi *Marketing Mix*, yaitu :
 1. Strategi *positioning* berdasarkan *product* (produk)
 - Diferensiasi produk dengan menciptakan suatu jenis makanan baru yang hanya ada di Atmosphere, sehingga hal tersebut dapat menjadi ciri khas Atmosphere.
 - Memberikan *training* kepada karyawan dengan mendatangkan *trainer* yang berpengalaman agar dapat menyajikan hidangan dengan waktu yang lebih singkat
 - Memberikan studi lebih lanjut kepada koki dengan menyekolahkan ke luar negeri sehingga keahliannya semakin

- bertambah, juga mengikutsertakannya dalam berbagai *event* perlombaan memasak agar mendapatkan ide-ide baru untuk menciptakan makanan yang lebih kreatif
- Menyeleksi lebih ketat distributor bahan makanannya agar mutu makanan dan minuman benar-benar terjamin
 - Menempatkan *security* yang memadai sehingga keamanan *café* terjaga dengan baik
 - Menampilkan *live music* dengan lagu-lagu yang bergaya anak muda sesuai sasaran segmennya, juga lagu-lagu lembut agar kesan romantis yang diharapkan dapat tercapai.
2. Strategi *positioning* berdasarkan *price* (harga)
- Pertahankan harga yang ada sekarang agar tetap terjangkau oleh konsumen sarannya (*middle class*) tetapi tetap sesuai dengan kualitas makanannya
 - Pada saat-saat tertentu, berikan diskon harga yang menarik konsumen sehingga meningkatkan minat beli konsumen
3. Strategi *positioning* berdasarkan *place* (tempat)
- Jika memungkinkan (masih ada lahan yang dapat digunakan dan biaya memadai), sebaiknya Atmosphere mengusahakan untuk memperluas tempat parkirnya sehingga dapat menampung seluruh kendaraan pengunjung
 - Memperbaiki sistem *valet parking* yang sudah diterapkan sebelumnya agar pengunjung tidak menunggu terlalu lama.
4. Strategi *positioning* berdasarkan *promotion* (promosi)
- Sebaiknya Atmosphere secara rutin memasang iklan di media cetak sehingga konsumen selalu mengingat keberadaan Atmosphere
 - Memasang iklan semenarik mungkin dan kreatif
 - Mendatangkan penyanyi terkenal dalam acara *live music*-nya pada saat-saat tertentu sehingga menarik perhatian konsumen untuk datang mengunjungi Atmosphere

- Mengeluarkan fasilitas *member card* bagi konsumen dengan beberapa keuntungan yang ditawarkan.

6.2. Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan bagi pihak perusahaan antara lain yaitu :

- Agar perusahaan lebih memperhatikan strategi pemasaran yang mereka jalankan dan selalu mengevaluasinya dari waktu ke waktu, karena kondisi pasar senantiasa berubah, sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai
- Karena usulan-usulan yang penulis berikan membutuhkan biaya yang tidak sedikit, maka perusahaan harus mengelola keuangan dengan baik sehingga usulan-usulan tersebut dapat dijalankan tanpa hambatan dan tidak berhenti di tengah jalan.